



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI VERONA

Regolamento didattico del corso di Laurea Magistrale in Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale.

Approvato dai Consigli di Facoltà di Lingue e Letterature Straniere del 18 marzo 2009 e del 10 giugno 2009.

Laurea magistrale:	Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale – acronimo LINGUE CTC (Languages for Tourism and Business Communication)
Classe:	CLASSE LM-38 Lingue Moderne per la Comunicazione e la Cooperazione Internazionale
Facoltà:	LINGUE E LETTERATURE STRANIERE

ARTICOLI DEL REGOLAMENTO

✓ ART 1: Oggetto/ finalità del regolamento

Ai sensi dell'articolo 11, comma 2, della legge 19 novembre 1990, n. 341, il presente regolamento didattico, approvato dal Consiglio di Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, in conformità con l'ordinamento didattico nel rispetto della libertà d'insegnamento, nonché dei diritti e doveri dei docenti e degli studenti, specifica gli aspetti organizzativi del corso di laurea magistrale in *Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale*.

Il corso è istituito presso l'Università di Verona a partire dall'a.a. 2006-2007 con ordinamento ex DM 509 (Lingue per la comunicazione commerciale e la promozione del turismo internazionale, classe 43 S). Nell'a.a. 2009-10 il corso è attivato con ordinamento secondo il DM 270/04, limitatamente al primo anno.

✓ ART 2: Obiettivi formativi del Corso di laurea magistrale

Il corso di Laurea Magistrale in Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale si propone di formare laureati che siano in grado di padroneggiare competenze linguistiche, organizzative e manageriali nonché abilità comunicative specifiche per posizioni di responsabilità.

Il corso di laurea magistrale costituisce la prosecuzione ideale del corso di Laurea Triennale in Lingue e Culture per il Turismo e il Commercio Internazionale (Classe 12) attivato presso questa Facoltà.

Del percorso di laurea triennale in particolare approfondisce e sviluppa i contenuti sia linguistici che disciplinari, cercando di favorire la riflessione critica ed un approccio propositivo da parte dello studente. Questo obiettivo viene perseguito anche attraverso un costante aggiornamento dei contenuti didattici, grazie alle sinergie con le attività di ricerca svolta dal corpo docente.

Il percorso formativo richiede l'acquisizione di un livello di competenza linguistica assimilabile a quello delle persone di madrelingua (C2), con particolare attenzione per il linguaggio di specialità in una delle due lingue. Il percorso formativo è caratterizzato da una annualità di lingua straniera per ognuna delle due lingue prescelte dallo Studente tra:

- francese
- inglese
- russo
- spagnolo
- tedesco

Il percorso si completa con lo studio della gestione strategica di impresa, del marketing, dei fondamenti dell'amministrazione aziendale, nonché con approfondimenti culturali e metodologici legati al curriculum prescelto.

Specific teaching goals and course options

The Master's Degree in Languages for Tourism and Business Communication offers competence in the field of foreign languages and business management, and aims at developing communication skills for managers.

The Master's Degree can be done following the three-year Degree in Languages and culture for tourism and international commerce (Class 12), currently offered in our Faculty.

The Master's Degree offers a deeper understanding of curricular and linguistic problems, helping the student to develop a critical approach. Such a goal implies a constant updating of teaching materials as well as a close relationship to the various types of research undertaken by Faculty members.

The course type requires a C2 level of linguistic competence, comparable to a mother-tongue competence. Specific attention is given to special purposes in one of the two languages chosen by the student. The teaching load includes a one year foreign language course in both languages, as chosen by the student from the following:

- French
- English
- Russian
- Spanish
- German

The course also includes subjects such as corporate strategic management, marketing, the basics of business administration as well as research on culture and methodology.

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Il laureato in uscita dovrà possedere una elevata competenza in almeno due lingue scelte tra francese, inglese, spagnolo, tedesco e russo, associata ad adeguata conoscenza metalinguistica ed approfondimento della prospettiva di analisi interlinguistica ed interculturale. A tali competenze si assocerà una buona conoscenza di una terza lingua straniera. Il laureato avrà inoltre acquisito una solida preparazione nelle discipline economico-aziendali nonché nozioni giuridiche, storiche e geografiche in grado di formare una conoscenza critica dei contesti di studio.

Gli obiettivi formativi saranno perseguiti mediante attività che prevedono, oltre alle lezioni frontali e assimilate, anche esercitazioni, laboratori, attività di studio assistito atte a facilitare l'acquisizione delle conoscenze teoriche e operative nei diversi ambiti disciplinari.

I risultati attesi vengono verificati attraverso prove orali e/o scritte, in itinere o conclusive volte ad accertare le conoscenze acquisite e la capacità di esporle in modo organico.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

Dovrà possedere, inoltre, le capacità per comprendere e risolvere problemi, a livello interpersonale e di impresa, di origine linguistica e non linguistica, connessi ai processi di comunicazione internazionale, anche legati a tematiche nuove o non familiari. Durante il percorso formativo, il laureando potrà testare e sviluppare le competenze apprese con uno stage che gli consentirà di sperimentare le problematiche concrete del funzionamento di imprese, enti e altre istituzioni.

Gli obiettivi formativi saranno perseguiti mediante attività che prevedono, oltre alle lezioni frontali e assimilate, anche esercitazioni, laboratori, project work, attività di studio assistito. Particolare rilievo avranno le attività di apprendimento e autoapprendimento svolte presso il Centro Linguistico di Ateneo. I risultati attesi vengono verificati attraverso prove orali e/o scritte, in itinere o conclusive volte ad accertare le competenze acquisite. L'eventuale attività di stage sarà oggetto di specifica valutazione da parte dell'organizzazione ospitante.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Il corso mira inoltre a fornire gli strumenti per formulare giudizi in contesti complessi, anche attraverso la discussione di casi aziendali o di progetti che presentino informazioni limitate o incomplete così come accade nelle organizzazioni imprenditoriali.

Tali abilità saranno valutate contestualmente alle valutazioni della conoscenza e capacità di comprensione, nonché in sede di prova finale.

Abilità comunicative (communication skills)

Al termine del percorso il laureato dovrà possedere avanzate competenze e strumenti per la comunicazione chiara e priva di ambiguità, sia in forma scritta che orale nei linguaggi settoriali del turismo e del commercio estero. Acquisirà inoltre un'adeguata conoscenza della cultura organizzativa dei contesti lavorativi e sarà quindi in grado di esprimere le proprie conoscenze e la ratio ad esse sottese, sia a interlocutori specialisti che non specialisti, con un approccio professionale alla propria attività. Dovrà infine aver sviluppato sia l'attitudine a lavorare in gruppo che a operare con definiti gradi di autonomia.

A questo scopo sono destinate anche attività seminariali, sia con riferimento ai singoli insegnamenti, sia e soprattutto interdisciplinari, volti ad affinare abilità di comunicazione orale e scritta.

La verifica delle abilità acquisite avviene contestualmente alle valutazioni della conoscenza e capacità di comprensione, nonché durante la pratica delle attività seminariali.

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il laureato dovrà infine aver sviluppato le abilità di apprendimento necessarie per perfezionare la propria formazione in modo autonomo o accedendo ai Master di II° livello o ai Dottorati di Ricerca attivati nell'ambito dell'Università degli Studi di Verona come in altri Atenei.

Tale aspetto sarà verificato in sede di prova finale.

✓ ART 3: Accesso a studi ulteriori / sbocchi professionali

Il corso di laurea magistrale ha un'impostazione professionalizzante.

Le prospettive occupazionali del laureato magistrale in Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale sono individuabili nelle posizioni che richiedano una visione ampia dei fenomeni turistici e commerciali internazionali, coniugando una base culturale linguistica con la conoscenza approfondita dei territori e delle culture legati alle lingue prescelte, assieme a buone competenze organizzative e gestionali.

Le competenze fornite saranno spendibili presso aziende, manifatturiere e di servizi, con forte vocazione all'internazionalizzazione dell'attività, organizzazioni pubbliche e private volte a supportare tali processi, strutture pubbliche o private dedite alla promozione e allo sviluppo di prodotti turistici territoriali; presso imprese turistiche (tour operator, network di agenzie, agenzie *incoming*, organizzatori di fiere, eventi e congressi) vocate ad un mercato turistico internazionale, sia nel *leisure* che nel *business travel*, nella consulenza ai processi di internazionalizzazione.

In particolare, il laureato magistrale potrà:

- esercitare funzioni di elevata responsabilità presso aziende turistiche, di servizi e manifatturiere, soprattutto nell'area commerciale estera,
- utilizzare metodologie di gestione dei progetti complessi, anche sul piano internazionale;
- inserirsi nella direzione di organizzazioni nazionali ed internazionali in campo della tutela del territorio e dello sviluppo del turismo.
- inserirsi nel management di strutture imprenditoriali di piccole e medie dimensioni;
- ricoprire funzioni dirigenziali presso enti fieristici, associazioni di categoria;
- inserirsi nella direzione di organizzazioni nazionali ed internazionali in campo dello sviluppo del commercio.
- esercitare funzioni di responsabilità nella pubblica amministrazione, in enti locali, organizzazioni imprenditoriali in relazione alla progettazione e alla realizzazione di interventi per la valorizzazione dei fattori di attrattiva;

- conoscere la logica dei piani di sviluppo turistico e di valorizzazione del territorio.

Le figure professionali, secondo la classificazione ISTAT, risultano le seguenti:

- Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi
- Interpreti e traduttori di livello elevato
- Segretari amministrativi e tecnici degli affari generali
- Approvvigionatori e responsabili acquisti
- Tecnici della vendita e della distribuzione
- Tecnici del marketing
- Tecnici delle attività ricettive ed assimilati
- Organizzatori di fiere ed esposizioni
- Organizzatori di convegni e ricevimenti
- Agenti di viaggio

ART 4: Modalità di svolgimento della didattica e rapporto crediti/ore

Gli obiettivi formativi saranno perseguiti mediante attività che prevedono, oltre alle lezioni frontali e assimilate, anche esercitazioni, laboratori, project work, attività di studio assistito atte a facilitare l'acquisizione di conoscenze teoriche ed operative nei diversi ambiti disciplinari. Il corso di laurea prevede inoltre, per facilitare l'entrata nel mondo del lavoro, la partecipazione a stage in organizzazioni turistiche e/o commerciali.

Il rapporto ore di didattica erogate per CFU è così stabilito:

- lezione ("frontale" e assimilate): 6 ore per CFU (con 19 ore di impegno personale dello studente);
- esercitazione-laboratorio: 12 ore per CFU (con 13 ore di impegno personale dello studente); delibera CDF
- formazione professionale con guida del docente per piccoli gruppi: 20 ore per CFU (con 5 ore di impegno personale dello studente);
- stage/tirocinio professionale/attività CLA¹: 25 ore per CFU (senza ulteriore impegno dello studente).

I singoli insegnamenti possono avvalersi delle diverse categorie di attività didattiche, sopra elencate, nell'ambito della programmazione didattica annuale (art. 5).

I CFU corrispondenti ad attività formative di base, caratterizzanti, affini e integrative sono acquisiti dallo Studente previo il superamento dell'esame di profitto.

Ogni docente è tenuto ad indicare prima dell'inizio dell'Anno Accademico, e contestualmente alla programmazione didattica, le specifiche modalità di svolgimento dell'esame per il suo insegnamento, ai sensi dell'Art. 9 del presente Regolamento.

L'esame si svolge successivamente alla conclusione dell'insegnamento nei periodi previsti per gli appelli, in date proposte dai docenti responsabili dei corsi o concordate con essi.

La verifica dei crediti a scelta libera può avvenire secondo diverse forme:

- esame relativo al programma completo di un corso di insegnamento;
- certificazione di un'attività formativa svolta sia all'interno che all'esterno della Facoltà, previo accreditamento da parte del Consiglio di Corso di Laurea.

Le modalità di verifica dei crediti connessi ad attività formative diverse da insegnamenti (ad esempio project work, tirocini, seminari e convegni ...) sono proposte dai responsabili delle attività formative in questione all'approvazione del Consiglio di Corso di Laurea. Per gli stage, le competenze informatiche e linguistiche si rimanda al successivo art. 11.

✓ ART 5: Programmazione didattica

La programmazione didattica, con riferimento ai Corsi di laurea e di laurea magistrale per i quali si è deliberata l'attivazione per il successivo anno accademico, riguarda la collocazione degli insegnamenti al primo o al secondo semestre, ai fini di un'equilibrata distribuzione

¹ Centro Linguistico di Ateneo

nell'anno, l'assegnazione degli insegnamenti ai docenti, ivi compresi i ricercatori, l'eventuale presenza di ore di esercitazione accanto alle ore di lezione frontale, l'orario settimanale delle lezioni, il calendario degli esami di profitto e di laurea, nonché il calendario didattico generale. La programmazione didattica viene esaminata in via istruttoria dal Consiglio di Corso di Laurea in Lingue e Letterature Straniere; il Consiglio di Corso di Laurea si riunisce in tempo utile per formulare le proposte al Consiglio di Facoltà. Il termine ultimo, stabilito dal RDA per la programmazione delle attività formative dell'anno accademico successivo è 31 luglio.

Il Consiglio di Corso di Laurea esprime anche proposte relative alle attività di orientamento e tutorato, secondo criteri di funzionalità, competenza ed equilibrata suddivisione dei carichi didattici e organizzativi.

Il calendario degli esami di profitto viene reso noto almeno due mesi prima dell'avvio della sessione.

✓ **ART 6: Calendario Didattico**

Nell'ambito della programmazione didattica, il Consiglio di Corso di Laurea formula al Consiglio di Facoltà una proposta di calendario relativa a:

- periodi principali (semestri) in cui è suddivisa l'attività didattica;
- periodo di recupero per le sessioni di esami e di esami di laurea;
- sessioni di esami (almeno tre nell'anno accademico);
- sessioni di laurea "prove finali" (almeno tre, di cui una entro il 30 aprile).

Il Consiglio di Corso di Laurea agisce nel rispetto del Manifesto Generale degli Studi e del Calendario accademico di Ateneo, nonché dei criteri generali fissati dal Senato Accademico.

Nell'ambito della programmazione didattica, il Consiglio di Corso di Laurea, sentiti i docenti interessati e tenendo conto delle esigenze di funzionalità dei percorsi didattici, formula al Consiglio di Facoltà una proposta di orario settimanale delle lezioni.

L'orario delle lezioni viene reso noto almeno 30 giorni prima dell'inizio dei singoli corsi.

Gli esami di profitto e ogni altro tipo di verifica soggetta a registrazione previsti per i corsi di studi possono essere sostenuti solo successivamente alla conclusione dei relativi insegnamenti.

Lo studente in regola con l'iscrizione e i versamenti relativi può sostenere, senza alcuna limitazione numerica, tutti gli esami e le prove di verifica che si riferiscano a corsi di insegnamento conclusi e nel rispetto delle specifiche propedeuticità (art. 12).

E' fatta salva la possibilità per lo Studente di anticipare al massimo due esami dell'anno successivo, senza presentare formale richiesta.

✓ **ART 7: Curricula e piani di studio degli studenti**

Il corso di laurea magistrale in Lingue per la comunicazione turistica e commerciale è articolato in due curricula:

- promozione del turismo,
- relazioni commerciali internazionali.

Lo Studente sceglie il curriculum all'atto dell'immatricolazione, contestualmente alle due lingue straniere, obbligandosi a sostenere esami nell'ambito del curriculum e della combinazione di lingue straniere prescelti.

Lo Studente può, all'atto dell'iscrizione al secondo anno, chiedere il cambio di curriculum nell'ambito del medesimo corso di laurea. Tale cambio è autorizzato d'ufficio.

Negli altri casi, lo Studente che intenda cambiare il curriculum può presentare domanda entro il 31 ottobre di ciascun anno accademico, tramite istanza al Presidente di Corso di Laurea.

Ciascun curriculum definisce l'insieme delle attività formative universitarie, con le relative propedeuticità, che lo studente è tenuto obbligatoriamente a seguire ai fini del conseguimento del titolo, fatta salva la possibilità di ottenere il riconoscimento in entrata di crediti relativi ad attività formative universitarie pregresse e a competenze linguistiche acquisite

precedentemente, mediante certificazione rilasciata dagli enti accreditati dal Ministero dell'Università o mediante progetti integrati Scuola-Università.

Le domande per il riconoscimento di crediti relativi ad attività formative universitarie pregresse e/o a CFU in esubero dalla laurea triennale vengono esaminate dalla Commissione Referente per il Corso di Laurea in Lingue per la Comunicazione Turistica e commerciale, cui sono delegati poteri deliberatori. La medesima commissione può agire con sola funzione istruttoria rispetto al Consiglio di Corso di Laurea.

Le domande per il riconoscimento delle competenze linguistiche acquisite precedentemente vengono esaminate dalla Commissione per il riconoscimento delle competenze linguistiche esterne.

Possono essere altresì riconosciute le competenze linguistiche relative alla madrelingua, con istanza alla medesima Commissione.

Lo Studente può chiedere il cambio di una o entrambe le lingue straniere prescelte all'atto dell'immatricolazione. In ogni caso, lo Studente potrà optare per una lingua in cui ha acquisito i requisiti curriculari di ammissione al corso, nonché il livello di competenza linguistica C1 (art. 8).

Il cambio lingua avviene con autorizzazione d'ufficio nel caso in cui non siano ancora stati acquisiti CFU nella lingua o letteratura straniera. Nel caso in cui lo Studente abbia già acquisito dei CFU e intenda effettuare il cambio lingua, la sua domanda sarà esaminata dal Presidente di Corso di Laurea.

I CFU acquisiti a seguito di esami sostenuti con esito positivo per insegnamenti aggiuntivi (fuori piano) rispetto a quelli conteggiabili ai fini del completamento del percorso che porta al titolo di studio rimangono registrati nella carriera dello studente come CFU in esubero e possono dare luogo a successivi riconoscimenti ai sensi della normativa in vigore. Le valutazioni ottenute non rientrano nel computo della media dei voti degli esami di profitto.

✓ **ART 8: Requisiti di ammissione al corso**

CONOSCENZE RICHIESTE PER L'ACCESSO

Requisiti curriculari (numero minimo di CFU che il laureato di primo livello deve possedere nei SSD qualificanti):

L LIN 04/07/12/14/21 PRIMA LINGUA STRANIERA = 25 CFU

L LIN 04/07/12/14/21 SECONDA LINGUA STRANIERA = 25 CFU

SECS P07 ECONOMIA AZIENDALE / SECS P08 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE / SECS-P/10 - Organizzazione aziendale = 6 CFU

IUS/01 - Diritto privato IUS/02 - Diritto privato comparato IUS/04 - Diritto commerciale IUS/07 - Diritto del lavoro IUS/09 - Istituzioni di diritto pubblico IUS/10 - Diritto amministrativo IUS/13 - Diritto internazionale IUS/14 - Diritto dell'unione europea IUS/21 - Diritto pubblico comparato = 6 CFU

L FIL LET 12 - Linguistica italiana- L-LIN/01 - Glottologia e linguistica generale - , L-LIN/02 - Didattica delle Lingue Moderne, M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi = 4 CFU

Preparazione personale

Per potersi iscrivere alla laurea magistrale, Studente dovrà dimostrare di aver ottenuto i seguenti livelli di competenza linguistica:

- prima lingua straniera livello C1
- seconda lingua straniera livello C1
- lingua italiana livello B2

Le competenze linguistiche saranno oggetto di specifico accertamento presso il Centro Linguistico di Ateneo (CLA) prima dell'iscrizione attraverso prove di valutazione, a meno che lo

studente non sia già in possesso di certificati di competenza linguistica rilasciati da enti accreditati. Il riconoscimento dei certificati spetta ad un'apposita Commissione del Consiglio di Corso di Laurea (art. 21).

Di anno in anno, il Consiglio di Corso di Laurea delibererà sulla puntuale procedura da adottare nell'accertamento delle conoscenze richieste per l'accesso, assicurandone la trasparenza nei confronti degli Studenti.

✓ **ART 9: Esami di Profitto**

Il presente Regolamento definisce i casi in cui gli accertamenti possono dar luogo a votazione (esami di profitto) o a un semplice giudizio di approvazione (certificazione) o di esito negativo. Si veda la tabella del piano didattico (*allegato 2*) con le relative modalità di accertamento.

Per ogni insegnamento c'è una sola prova di accertamento verbalizzata e dunque un solo voto.

✓ **ART 10: Commissioni esami di profitto**

Le disposizioni in materia sono dettate dall'art. 22 del Regolamento Didattico di Ateneo e dal Regolamento di Ateneo per gli Studenti.

Nel caso in cui l'insegnamento sia attribuito a due o più docenti, all'atto della nomina viene individuato il Coordinatore, che diventa anche il Presidente della Commissione per gli esami di profitto.

✓ **ART 11: Altre attività**

Nel corso di laurea magistrale in Lingue per la comunicazione turistica e commerciale sono previsti:

- 6 CFU per stage o project work
- 12 CFU di ulteriori competenze linguistiche
- 12 CFU per attività formative a libera scelta.

Le attività di stage sono finalizzate a far acquisire allo studente una conoscenza diretta in settori di particolare utilità per l'inserimento nel mondo del lavoro e per l'acquisizione di abilità specifiche d'interesse professionale. Tali attività possono essere svolte in aziende nazionali ed estere che operano nel settore del turismo e che presentano sbocchi di mercato internazionali, accreditate presso l'Ateneo Veronese, nonché presso Enti della Pubblica Amministrazione, Laboratori e Centri di Servizi pubblici (sono da intendersi in questo novero anche i Centri di Servizio ed i Laboratori che fanno capo all'Ateneo). Tali attività possono svolgersi anche nel contesto di corsi di laboratorio o seminari o project work organizzati sotto la diretta responsabilità di un docente o di un esperto del settore incaricato dal Consiglio di Corso di Laurea.

Per le modalità di verifica relative alle attività di stage, si rimanda al Regolamento di Ateneo per il riconoscimento dei crediti maturati negli Stage – DR 573 del 17 marzo 2003.

Le domande per il riconoscimento delle attività di stage o equiparabili ai tirocini, svolte esternamente all'Ateneo, vengono esaminate dalla Commissione Referente per il corso di Lingue e culture per il turismo e il commercio internazionale.

Le ulteriori competenze linguistiche sono relative allo studio di una terza lingua straniera, differente rispetto alle due prescelte dallo Studente, con particolare attenzione per le lingue dei mercati emergenti nel curriculum Relazioni Commerciali Internazionali. Annualmente il Consiglio di Corso di Laurea propone al Consiglio di Facoltà l'attivazione di specifiche attività formative dedicate alle ulteriori competenze linguistiche. Inoltre lo Studente si può avvalere delle attività organizzate dal Centro Linguistico di Ateneo. Per le verifiche dei livelli di competenza linguistica si rimanda al Regolamento del Centro Linguistico di Ateneo.

Per le modalità di verifica relative alle attività a scelta libera si richiama l'art 4 del presente regolamento.

✓ **ART 12: Eventuali obblighi di Frequenza, propedeuticità o sbarramenti**

Sono previste le seguenti propedeuticità:

- Lingua di specialità per i mercati internazionali deve essere preceduto dalla relativa Lingua 1 LM
- BUSINESS PLAN & FUND RAISING deve essere preceduto da METODOLOGIE E DETERMINAZIONI QUANTITATIVE D'AZIENDA
- PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO deve essere preceduto da LETTURA E ANALISI DEL BILANCIO

Le propedeuticità specificate devono essere rispettate da parte degli studenti; il mancato rispetto delle propedeuticità implica l'annullamento d'ufficio degli esami verbalizzati in violazione della norma.

✓ **ART 13: Prova finale**

La prova finale, cui sono attribuiti 12 CFU consiste nella discussione di un elaborato prodotto sotto la guida di un relatore. Essa contribuirà ad affinare le capacità dello Studente di elaborare autonomamente un argomento e di discuterlo criticamente con il supporto delle fonti e risorse bibliografiche disponibili in Università. La discussione della tesi avviene in presenza di una Commissione di Laurea composta da non meno di 7 docenti dell'Ateneo. Alla prova finale potranno essere attribuiti non più di 11 punti su 110. Lo studente potrà chiedere l'assegnazione di un argomento per la tesi dopo aver acquisito almeno 50 CFU del biennio. L'argomento dovrà essere comunicato alla Segreteria Studenti della Facoltà di Lingue e Letterature Straniere almeno sei mesi prima della sessione in cui è prevista la discussione. Per le altre disposizioni, si rimanda espressamente al Regolamento Didattico di Ateneo e al Regolamento di Ateneo per gli Studenti.

✓ **ART 14: Trasferimenti e passaggi/Riconoscimento dei crediti acquisiti in altri corsi di studio**

Il Consiglio di Corso di Laurea o la Commissione Deliberante, entro 45 giorni dalla trasmissione della richiesta di riconoscimento, provvede al riconoscimento dei CFU acquisiti in altro corso magistrale dell'Università di Verona, o in altro corso di un altro Ateneo. Il riconoscimento è fatto in base ai SSD previsti dal prospetto delle attività formative e tabella di conformità ai Decreti Ministeriali del corso di studi, nonché in base ai SSD affini a quelli presenti nell'ordinamento del corso. Allo Studente saranno comunicate:

- attività riconosciute, con relativi CFU,
- attività integrative necessarie,
- eventuali CFU in eccedenza per ogni ambito.

Relativamente ad attività per le quali non è previsto il riferimento a un settore scientifico disciplinare, o non inquadrabili in uno dei curricula del Corso di laurea, il Consiglio di Corso di Laurea considererà caso per caso il contenuto delle attività formative, valutando il numero dei CFU acquisiti, che possono essere riconosciuti nell'ambito delle attività formative a scelta libera o altre attività previste nel corso. Per tali attività, come pure per eventuali CFU in esubero, valgono i seguenti limiti:

- i CFU di attività a scelta libera vengono convalidati come tali fino a un massimo di 12,
- i CFU di ulteriori competenze linguistiche vengono convalidati come tali fino a un massimo di 12,
- i CFU di stage – project work vengono convalidati come tali fino a un massimo di 6.

Le pratiche vengono istruite dalla Commissione Referente per il corso di laurea in Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale, dotata di poteri deliberativi, che riporta al Consiglio di Corso di Laurea i casi più complessi.

✓ **ART 15: Titoli stranieri e periodi di studio svolti all'estero**

Lo Studente che aderisce a programmi di mobilità internazionale istituzionali, come Erasmus e assimilati, potrà aver riconosciute nella propria carriera le attività formative svolte nella sede estera.

Il Consiglio di Corso di Laurea provvede a tale riconoscimento, in base ad apposito regolamento, approvato dal Consiglio stesso.

Il regolamento Erasmus prevede quanto meno la presentazione da parte dello Studente alla Commissione Erasmus di Facoltà di:

- Learning Agreement controfirmato dalla parte straniera;
- certificazione dei corsi seguiti e dei voti ottenuti;
- dichiarazioni di equipollenza.

Presso la Facoltà è attiva la Commissione Erasmus che assiste gli Studenti nelle pratiche e garantisce regolarità e trasparenza delle procedure.

✓ **ART 16: Forme di tutorato**

Il Consiglio di Corso di laurea contribuisce, formulando proposte, all'organizzazione di attività di tutorato volte a orientare e assistere gli studenti nel corso degli studi, a renderli attivamente partecipi del processo formativo ed a contribuire al superamento delle loro difficoltà individuali, anche sollecitando i competenti organi accademici all'adozione di provvedimenti idonei a rimuovere gli eventuali ostacoli ad una più proficua frequenza dei corsi e ad una più adeguata fruizione dei servizi.

✓ **ART 17: Guida dello studente/Manifesto annuale degli studi**

La predisposizione di una bozza di guida dello studente, con le informazioni utili sull'offerta didattica e delle norme del presente regolamento, secondo criteri di trasparenza e chiarezza, è affidata ad una Commissione apposita (art 21).

✓ **ART 18: Studenti part time**

Gli studenti potranno iscriversi con impegno a tempo pieno o a tempo parziale.

Lo studente che non abbia la piena disponibilità del proprio tempo, per giustificate ragioni di lavoro, familiari, di salute o per altri validi motivi può concordare, all'atto dell'immatricolazione, un percorso formativo con un numero di crediti non superiore a quaranta e non inferiore a venti per ogni anno.

Possono usufruire dell'istituto del tempo parziale tutti gli Studenti iscritti che presentino domanda entro il termine fissato annualmente dal Senato accademico.

Lo studente a tempo parziale è considerato in corso oltre la durata legale del corso a cui è iscritto, per un numero di anni accademici pari a 6 per le lauree triennali e pari a 4 per le lauree magistrali.

Le ulteriori disposizioni in materia sono disciplinate da apposito regolamento di Ateneo, nonché dalle delibere applicative del Consiglio di Facoltà.

✓ **ART 19: Docenti del corso di studio**

Si veda l'elenco allegato (*allegato 4*). – *requisiti Nucleo di Valutazione*

✓ **ART 20: Ricevimento degli studenti**

Per le disposizioni, si rimanda espressamente al Regolamento Didattico di Ateneo e al Regolamento di Ateneo per gli Studenti.

✓ **ART 21: Commissioni a supporto dell'attività del Consiglio di Corso di Laurea**

A supporto dell'attività del Consiglio di Corso di Laurea, con funzione istruttoria e propositiva, operano delle Commissioni, nominate dal Consiglio di Corso di Laurea su base triennale, secondo criteri di equilibrio tra aree disciplinari, di valorizzazione delle competenze e, laddove possibile, di rappresentanza delle diverse fasce di docenza. Il triennio di riferimento per le Commissioni di Consiglio di Corso di Laurea corrisponde al triennio della Presidenza. Le Commissioni sono interamente composte da Docenti; nel caso di corsi di studi interfacoltà la composizione della Commissione tiene conto della rappresentanza delle diverse Facoltà.

Il Consiglio di Corso di Laurea, con apposita delibera, può nominare ulteriori Commissioni in caso di necessità.

Le Commissioni attive dall'a.a. 2006-07 sono le seguenti:

Commissioni Referenti dei singoli corsi di studi:

- **LINGUE E CULTURE PER IL TURISMO E IL COMMERCIO INTERNAZIONALE (già Classe 3, ora Classe 12)**
- **LINGUE E CULTURE PER L'EDITORIA (classe 11)**
- **LINGUE E LETTERATURE STRANIERE (classe 11)**
- **LINGUISTICA E DIDATTICA DELLE LINGUE STRANIERE (classe 11) - ad esaurimento**
- **LS LINGUE E LETTERATURE MODERNE E COMPARATE (classe 42S), SUCCESSIVAMENTE LINGUE E LETTERATURE COMPARATE EUROPEE ED EXTRAEUROPEE**
- **LS LINGUE PER LA COMUNICAZIONE COMMERCIALE E LA PROMOZIONE DEL TURISMO INTERNAZIONALE (classe 43S), SUCCESSIVAMENTE LM LINGUE PER LA COMUNICAZIONE TURISTICA E COMMERCIALE (CLASSE LM 38)**
- **LS LINGUISTICA - INTERFACOLTA' (classe 44S), SUCCESSIVAMENTE LINGUISTICA - INTERFACOLTÀ (CLASSE LM 39)**

Tali Commissioni Referenti svolgono attività di orientamento in entrata e durante il percorso di studi, procedono all'esame delle domande di trasferimento al CdS stesso, nonché all'esame di piani didattici e di attività di tirocinio svolte all'esterno dell'Ateneo.

Altre Commissioni, nominate secondo le medesime regole, agiscono in ambiti didattico-organizzativi specifici, trasversali ai diversi Corsi di Studi:

◆ **Orario delle lezioni**

La Commissione è responsabile della predisposizione di una bozza di orario settimanale per le lezioni, opera sul primo o sul secondo semestre.

◆ **Immatricolazione studenti a seguito di decadenza o di rinuncia agli studi**

La Commissione esamina le pratiche presentate dagli studenti e le istruisce per il Consiglio di Corso di Laurea

♦ **Guida di Facoltà**

Sotto il coordinamento del Presidente di Corso di Laurea, la Commissione predispone una bozza di guida dello Studente.

♦ **Competenze linguistiche**

La Commissione, composta da un esponente per ciascuna area linguistica, prende in esame le domande per il riconoscimento delle competenze linguistiche acquisite al di fuori dell'Ateneo ed istruisce le pratiche per il Consiglio di Corso di Laurea.

♦ **Competenze informatiche**

La Commissione prende in esame le domande per il riconoscimento delle competenze informatiche acquisite al di fuori dell'Ateneo ed istruisce le pratiche per il Consiglio di Corso di Laurea.

♦ **Assegnazione tutore per lauree triennali**

La Commissione prende in esame le domande di assegnazione del tutore per l'elaborato finale e procede all'assegnazione degli elaborati ai diversi tutori, garantendo il più largo ricorso alle competenze a disposizione nella Facoltà e una equilibrata ripartizione dei carichi relativi.

♦ **Erasmus**

La Commissione Erasmus, coordinata dal delegato di Facoltà all'Internazionalizzazione, assiste gli Studenti outgoing nelle pratiche e garantisce la regolarità e trasparenza delle procedure. Opera in funzione istruttoria nell'omologazione degli esami sostenuti all'estero, preparando con il supporto delle strutture amministrative le pratiche per il Consiglio di Corso di Laurea. Assicura il coordinamento con l'Area Relazioni Internazionali di Ateneo.

Altre commissioni operano infine in un ambito trasversale tra il Consiglio di Corso di Laurea e il Consiglio di Facoltà. Si tratta di :

♦ **Tesi di laurea**

La Commissione propone una bozza di composizione delle Commissioni per la discussione delle tesi di laurea

♦ **Equipollenza titoli di studio stranieri:**

La Commissione esamina le pratiche presentate dagli studenti e le istruisce per il Consiglio di Facoltà.

✓ **ART. 22: Norme transitorie**

A partire dall'a.a. 2009/2010 viene attivato il primo anno del corso di studio. Non sono ammesse per tale anno iscrizioni ad anni successivi al primo.

✓ **Norme transitorie - tabella di raccordo tra insegnamenti del vecchio e del nuovo ordinamento**

Corso di Laurea in Lingue per la comunicazione commerciale e la promozione del turismo internazionale (ordinamento DM 509) Curriculum Relazioni Commerciali Internazionali			Corso di Laurea in Lingue per la comunicazione turistica e commerciale (ordinamento D.M. 270/04) Curriculum Relazioni Commerciali Internazionali			
INSEGNAMENTO	SSD	CFU	INSEGNAMENTO	SSD	CFU	NOTE
<i>prima</i> Lingua straniera 1 Ls	L- LIN/04/07/ 12/14/21	6	<i>prima</i> Lingua straniera 1 LM	L- LIN/04/07/ 12/14/21	9	3 cfu da recup
<i>prima</i> Lingua straniera 2 Ls	L- LIN/04/07/ 12/14/21	6	Prima Lingua 2 LM – lingua di specialità per i mercati internazionali	L- LIN/04/07/ 12/14/21	6	
<i>seconda</i> Lingua straniera 1 Ls	L- LIN/04/07/ 12/14/21	6	<i>seconda</i> Lingua straniera 1 LM		9	3 cfu in esubero
<i>seconda</i> Lingua straniera 1 Ls	L- LIN/04/07/ 12/14/21	6				
Letture e analisi del bilancio	SECS P 07	6	Letture e analisi del bilancio	SECS P 07	6	
Programmazione e controllo	SECS P 07	6	Programmazione e controllo	SECS P 07	6	
Diritto industriale e commercio internazionale	IUS 04	6	Diritto industriale e della concorrenza	IUS 04	6	
Informatica per il commercio elettronico	INF 01	6	Informatica per il commercio elettronico	INF 01	6	
Storia del commercio internazionale	SECS P 12	6	Storia del commercio internazionale	SECS P 12	6	
Economia delle aziende a vocazione internazionale	SECS P07	6	Gestione strategica per i mercati internazionali	SECS P 08	9	3 cfu in esubero
Strategie competitive per i mercati emergenti	SECS P07	6				
Management dei servizi	SECS P 08	6	Marketing avanzato per i beni e i servizi	SECS P 08	9	3 cfu in esubero
Marketing avanzato (trade marketing)	SECS P 08	6				
-----			Fabbisogni finanziari e copertura	SECS P 11	6	da integrare
Terza lingua straniera	F	12	Terza lingua straniera	F	12	
Attività formative a scelta libera	D	12	Attività formative a scelta libera	D	12	
Stage tirocini Project Work	F	6	Stage tirocini	F	6	
Prova finale	E	12	Prova finale	E	12	

Corso di Laurea in Lingue per la comunicazione commerciale e la promozione del turismo internazionale (ordinamento DM 509) Curriculum Promozione del Turismo e Organizzazione di Eventi			Corso di Laurea in Lingue per la comunicazione turistica e commerciale (ordinamento D.M. 270/04) Curriculum Promozione del Turismo			
INSEGNAMENTO	SSD	CFU	INSEGNAMENTO	SSD	CFU	NOTE
<i>prima</i> Lingua straniera 1 Ls	L- LIN/04/07/ 12/14/21	6	<i>prima</i> Lingua straniera 1 LM	L- LIN/04/07/ 12/14/21	9	3 CFU in esubero
<i>prima</i> Lingua straniera 2 Ls	L- LIN/04/07/ 12/14/21	6	Prima Lingua 2 LM – lingua di specialità per i mercati internazionali	L- LIN/04/07/ 12/14/21	6	
<i>seconda</i> Lingua straniera 1 Ls	L- LIN/04/07/ 12/14/21	6	<i>seconda</i> Lingua straniera 1 LM	L- LIN/04/07/ 12/14/21	9	3 CFU in esubero
<i>seconda</i> Lingua straniera 1 Ls	L- LIN/04/07/ 12/14/21	6				
Metodologie e determinazioni quantitative d'azienda	SECS P 07	6	Metodologie e determinazioni quantitative d'azienda	SECS P 07	6	
Business Plan e Fund Raising	SECS P 07	6	Business Plan e Fund Raising	SECS P 07	6	
Tutela della proprietà intellettuale	IUS 04	6	Diritto della proprietà intellettuale	IUS 04	6	
Comunicazione on line, reti e virtualità	INF 01	6	Comunicazione on line, reti e virtualità	INF 01	6	
Geografia economico-turistica e organizzazione del territorio (avanzato)	M GGR01	6	Geografia culturale e itinerari	M GGR01	6	
Economia delle aziende turistiche e culturali	SECS P07	6	Gestione strategica delle aziende turistiche e culturali	SECS P 08	9	3 CFU in esubero
Strumenti aziendali per il governo del territorio	SECS P07	6				
Marketing dei beni e dei servizi culturali	SECS P 08	6	Marketing turistico avanzato	SECS P 08	9	3 CFU in esubero
Event marketing e comunicazione aziendale	SECS P 08	6				
-----			Geografia e storia dell'arte	L ART 02	6	da integrare
Terza lingua straniera	F	12	Terza lingua straniera	F	12	
Attività formative a scelta libera	D	12	Attività formative a scelta libera	D	12	
Stage tirocini Project Work	F	6	Stage tirocini	F	6	
Prova finale	E	12	Prova finale	E	12	

Allegato 1 - Ordinamento del corso e Tabella di conformità dei curricula

RIEPILOGO ORDINAMENTO DIDATTICO								
TAF	AMBITO	MUR	SSD	PTUR	RCINT	Cuf AMBITO	Cuf TAF	
B	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	48	INF/01- Informatica	6	6	6	66	
	Lingue moderne		DUE TRA I SEGUENTI SSD:					24
			L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese	9	9			
			L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola	9	9			
			L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese	6	6			
			L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca					
			L-LIN/21 - Slavistica					
	Scienze economico-giuridiche, sociali e della comunicazione		IUS/04 - Diritto commerciale	6	6	36		
			SECS-P/07 - Economia aziendale	6	6			
			SECS-P/07 - Economia aziendale	6	6			
			SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese	9	9			
			SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese	9	9			
C		12	SECS-P/12 - Storia economica	6		12	12	
			SECS-P/11 - Economia degli intermediari finanziari	6				
			M-GGR/01 - Geografia		6			
			L-ART/02 - Storia dell'Arte Moderna		6			
D		8	a scelta dello Studente	12	12	12	12	
E			PROVA FINALE	12	12	12	12	
F			ULTERIORI COMPETENZE LINGUISTICHE	12	12	12	12	
			PROJECT WORK / STAGE	6	6	6	6	
			totali	120	120	120	120	

CURRICULUM 1 – PROMOZIONE DEL TURISMO

ORDINAMENTO LM-38									
TAF	AMBITO	MUR	SSD	Nr. Ins	Anno corso	INSEGNAMENTI	CFU	AMB	TAF
B	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	48	INF/01- Informatica	1	2°	Comunicazione on line, reti e virtualità	6		
			L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese	1	1°	Prima lingua straniera:	9		
	L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola		Lingua francese 1 LM						
	L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese		Lingua spagnola 1 LM						
	L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca		Lingua inglese 1 LM						
	L-LIN/21 - Slavistica		Lingua tedesca 1 LM						
	L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese		1	1°	Seconda lingua straniera:	9			
	L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola				Lingua francese 1 LM				
	L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese				Lingua spagnola 1 LM				
	L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca				Lingua inglese 1 LM				
	L-LIN/21 - Slavistica				Lingua tedesca 1 LM				
	L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese		1	2°	Prima lingua straniera 2 LM: Lingua di specialità per i mercati internazionali:	6			
	L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola				Lingua francese 2 LM				
	L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese				Lingua spagnola 2 LM				
	L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca				Lingua inglese 2 LM				
	L-LIN/21 - Slavistica				Lingua tedesca 2 LM				
	L-LIN/06 - Lingua e letterature ispano-americane								
	L-LIN/09 - Lingua e traduzione - lingue portoghese e brasiliana								
	L-LIN/11 - Lingue e letterature anglo-americane								
	L-LIN/20 - Lingua e letteratura neogreca								
	Scienze economico-giuridiche, sociali e della comunicazione		IUS/01 - Diritto privato						
			IUS/02 - Diritto privato comparato						
			IUS/04 - Diritto commerciale	1	1°	Diritto della proprietà intellettuale	6		
IUS/07 - Diritto del lavoro									
IUS/09 - Istituzioni di diritto pubblico									
IUS/10 - Diritto amministrativo									
IUS/13 - Diritto internazionale									
IUS/14 - Diritto dell'unione europea									

			IUS/21 - Diritto pubblico comparato					
			M-DEA/01 - Discipline demoetnoantropologiche					
			M-GGR/01 - Geografia					
			M-GGR/02 - Geografia economico-politica					
			M-STO/02 - Storia moderna					
			M-STO/03 - Storia dell'Europa orientale					
			M-STO/04 - Storia contemporanea					
			SECS-P/01 - Economia politica					
			SECS-P/02 - Politica economica					
			SECS-P/03 - Scienza delle finanze					
			SECS-P/04 - Storia del pensiero economico					
			SECS-P/06 - Economia applicata					
			SECS-P/07 - Economia aziendale	1	1°	Metodologie e determinazioni quantitative d'azienda	6	
			SECS-P/07 - Economia aziendale	1	2°	Business plan & fund raising	6	
			SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese	1	1°	Gestione strategica delle imprese turistiche e culturali	9	
			SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese	1	2°	Marketing turistico avanzato	9	
			SECS-P/10 - Organizzazione aziendale					
			SPS/05 - Storia e istituzioni delle Americhe					
			SPS/06 - Storia delle relazioni internazionali					
			SPS/07 - Sociologia generale					
			SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi					
			SPS/10 - Sociologia dell'ambiente e del territorio					
			SPS/13 - Storia e istituzioni dell'Africa					
			SPS/14 - Storia e istituzioni dell'Asia					
C		12	M-GGR/01 - Geografia	1	1°	Geografia culturale e itinerari	6	
			L-ART/02 - Storia dell'arte moderna	1	2°	Geografia e storia dell'arte	6	
D		8	SCelta DELLO STUDENTE	1		a scelta	12	
E			Prova finale			prova finale	12	
F			ULTERIORI COMPETENZE LINGUISTICHE			Ulteriori competenze linguistiche	12	
			PROJECT WORK / STAGE			project work o stage	6	
			TOTALE CFU E NR ESAMI	12			120	

CURRICULUM 2 – RELAZIONI COMMERCIALI INTERNAZIONALI

ORDINAMENTO LM-38 RCInt											
TAF	AMBITO	MUR	SSD	NR ESAMI	anno	INSEGNAMENTI	CFU	AMB	TAF		
B	Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	48	INF/01- Informatica	1	2	Informatica per il commercio elettronico	6				
	Lingue moderne					1	1°	<i>Prima lingua straniera:</i>	9		
			L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese	Lingua francese 1 LM							
			L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola	Lingua spagnola 1 LM							
			L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese	Lingua inglese 1 LM							
			L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca	Lingua tedesca 1 LM							
			L-LIN/21 - Slavistica	Lingua russa 1 LM							
						1	1°	<i>Seconda lingua straniera:</i>	9		
			L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese	Lingua francese 1 LM							
			L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola	Lingua spagnola 1 LM							
			L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese	Lingua inglese 1 LM							
			L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca	Lingua tedesca 1 LM							
			L-LIN/21 - Slavistica	Lingua russa 1 LM							
						1	2°	<i>Prima lingua straniera 2 LM: Lingua di specialità per i mercati internazionali:</i>	6		
			L-LIN/04 - Lingua e traduzione - lingua francese	Lingua francese 2 LM							
			L-LIN/07 - Lingua e traduzione - lingua spagnola	Lingua spagnola 2 LM							
			L-LIN/12 - Lingua e traduzione - lingua inglese	Lingua inglese 2 LM							
			L-LIN/14 - Lingua e traduzione - lingua tedesca	Lingua tedesca 2 LM							
			L-LIN/21 - Slavistica	Lingua russa 2 LM							
	Scienze economico-giuridiche, sociali e della comunicazione		IUS/01 - Diritto privato								
			IUS/02 - Diritto privato comparato								
			IUS/04 - Diritto commerciale	1	1	Diritto industriale e della concorrenza	6				
			IUS/07 - Diritto del lavoro								
			IUS/09 - Istituzioni di diritto pubblico								

		IUS/10 - Diritto amministrativo						
		IUS/13 - Diritto internazionale						
		IUS/14 - Diritto dell'unione europea						
		IUS/21 - Diritto pubblico comparato						
		M-DEA/01 - Discipline demoetnoantropologiche						
		M-GGR/01 - Geografia						
		M-GGR/02 - Geografia economico-politica						
		M-STO/02 - Storia moderna						
		M-STO/03 - Storia dell'Europa orientale						
		M-STO/04 - Storia contemporanea						
		SECS-P/01 - Economia politica						
		SECS-P/02 - Politica economica						
		SECS-P/03 - Scienza delle finanze						
		SECS-P/04 - Storia del pensiero economico						
		SECS-P/06 - Economia applicata						
		SECS-P/07 - Economia aziendale	1	1	Letture e analisi del bilancio		6	
		SECS-P/07 - Economia aziendale	1	2	Programmazione e controllo		6	
		SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese	1	1	Gestione strategica per i mercati internazionali		9	
		SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese	1	2	Marketing avanzato per beni e servizi		9	
		SECS-P/10 - Organizzazione aziendale						
		SPS/05 - Storia e istituzioni delle Americhe						
		SPS/06 - Storia delle relazioni internazionali						
		SPS/07 - Sociologia generale						
		SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi						
		SPS/10 - Sociologia dell'ambiente e del territorio						
		SPS/13 - Storia e istituzioni dell'Africa						
		SPS/14 - Storia e istituzioni dell'Asia						
		SECS-P/12 Storia economica	1	1	Storia del commercio internazionale		6	
		SECS-P/11- Economia degli intermediari	1	2	Fabbisogni finanziari e copertura		6	
D	8	SCelta DELLO STUDENTE	1		a scelta		12	
E		Prova finale			prova finale		12	
F		ULTERIORI COMPETENZE LINGUISTICHE			ulteriori competenze linguistiche		12	
		PROJECT WORK / STAGE			project work o stage		6	
		TOTALE CFU E NR ESAMI	12				120	

Allegato 2 - Quadro dettagliato delle attività formative

curriculum Promozione del Turismo (PTur)

Anno	Tip.	SSD	Insegnamento	CFU
1°	B	L-LIN/04/07/	<i>prima</i> Lingua straniera 1 LM	9
	B	12/14/21	<i>seconda</i> Lingua straniera 1 LM	9
	B	IUS/04	Diritto della proprietà intellettuale	6
	B	SECS-P/07	Metodologie e determinazioni quantitative d'azienda	6
	B	SECS-P/08	Gestione strategica delle imprese turistiche e culturali	9
	C	M-GGR/01	Geografia culturale e itinerari	6
	D		Attività formative a scelta libera	6
	F		Stage/Tirocini o altre attività formative	6
	F		<i>terza</i> Lingua straniera	4
<i>Totale</i>				61
2°	B	L-LIN/04/07/	<i>Prima</i> Lingua 2 LM: Lingua di specialità per i mercati internazionali	6
	B	12/14/21		6
	B	INF/01	Comunicazione on line, reti e virtualità	6
	B	SECS-P/07	Business plan e fund raising	6
	B	SECS-P/08	Marketing turistico avanzato	9
	C	L-ART/02	Geografia e storia dell'arte	6
	D		Attività formative a scelta libera	6
	E		Prova finale	12
F		<i>terza</i> Lingua straniera	8	
<i>Totale</i>				59

curriculum Relazioni commerciali internazionale (RCInt)

Anno	Tip.	SSD	Insegnamento	CFU
1°	B	L-LIN/04/07/	<i>prima</i> Lingua straniera 1 LM	9
	B	12/14/21	<i>seconda</i> Lingua straniera 1 LM	9
	B	IUS/04	Diritto industriale e della concorrenza	6
	B	SECS-P/07	Lettura e analisi di bilancio	6
	B	SECS-P/08	Gestione strategica per i mercati internazionali	9
	C	SECS-P/12	Storia del commercio internazionale	6
	D		Attività formative a scelta libera	6
	F		Stage/Tirocini o altre attività formative	6
	F		<i>terza</i> Lingua straniera	4
<i>Totale</i>				61
2°	B	L-LIN/04/07/	<i>prima</i> Lingua 2 LM: Lingua di specialità per i mercati internazionali	6
	B	12/14/21		6
	B	INF/01	Informatica per il commercio elettronico	6
	B	SECS-P/07	Programmazione e controllo	6
	B	SECS-P/08	Marketing avanzato per i beni e i servizi	9
	C	SECS-P/11	Fabbisogni finanziari e copertura	6
	D		Attività formative a scelta libera	6
	E		Prova finale	12
F		<i>terza</i> Lingua straniera	8	
<i>Totale</i>				59

Allegato 3 - Obiettivi formativi specifici degli insegnamenti

- ♦ **Prima lingua straniera 1 e 2 LM**
- ♦ **Seconda lingua straniera 1 LM**

LIN/04 -Lingua e traduzione – Lingua francese

Comprende gli studi sulla lingua francese, con riferimento alle strutture fonetiche, fonologiche, morfologiche, sintattiche e lessicologiche, all'evoluzione di tale sistema, alla storia degli usi sociali e assetti geolinguistici, alle tradizioni testuali e stilistiche, alle problematiche teoriche e applicative, nonché alle problematiche della lingua di specialità.

L-LIN/12 - Lingua e traduzione – Lingua inglese

Comprende gli studi sulla lingua inglese, con riferimento alle strutture fonetiche, fonologiche, morfologiche, sintattiche e lessicologiche, all'evoluzione di tale sistema, alla storia degli usi sociali e assetti geolinguistici, alle tradizioni testuali e stilistiche, alle problematiche teoriche e applicative, nonché alle problematiche della lingua di specialità.

L-LIN/21 - Slavistica

Comprende gli studi sulla lingua russa, con riferimento alle strutture fonetiche, fonologiche, morfologiche, sintattiche e lessicologiche, all'evoluzione di tale sistema, alla storia degli usi sociali e assetti geolinguistici, alle tradizioni testuali e stilistiche, alle problematiche teoriche e applicative, nonché alle problematiche della lingua di specialità.

Lingua e traduzione – Lingua spagnola

Comprende gli studi sulla lingua spagnola, con riferimento alle strutture fonetiche, fonologiche, morfologiche, sintattiche e lessicologiche, all'evoluzione di tale sistema, alla storia degli usi sociali e assetti geolinguistici, alle tradizioni testuali e stilistiche, alle problematiche teoriche e applicative, nonché alle problematiche e della lingua di specialità.

L-LIN/14 - Lingua e traduzione – Lingua tedesca

Comprende gli studi sulla lingua tedesca, con riferimento alle strutture fonetiche, fonologiche, morfologiche, sintattiche e lessicologiche, all'evoluzione di tale sistema, alla storia degli usi sociali e assetti geolinguistici, alle tradizioni testuali e stilistiche, alle problematiche teoriche e applicative, nonché alle problematiche della lingua di specialità.

SECS P 07 - Metodologie e determinazioni quantitative d'azienda

Il corso fornisce i concetti economico-aziendali fondamentali sottostanti alle diverse manifestazioni dell'attività di gestione: patrimoniale, economica, finanziaria. Comprende gli studi sulla determinazione e interpretazione delle quantità d'azienda strumentali alla valutazione dell'equilibrio economico e finanziario della gestione.

SECS P 07 – Lettura e analisi del bilancio

Il corso affronta la struttura dei documenti contabili, in particolare del bilancio di esercizio (stato patrimoniale, conto economico, nota integrativa) nonché della relazione sulla gestione, redatti in base alle normative civilistiche, fiscali e ai principi contabili.

Comprende anche la disamina delle principali tecniche di analisi di bilancio, per indici e per flussi.

SECS P 07 – Business Plan e fund raising

Riguarda l'analisi dei processi decisionali strategici che portano al lancio di nuove iniziative imprenditoriali. Dal punto di vista applicativo prevede l'approfondimento delle tecniche di analisi di fattibilità economica e finanziaria di iniziative e progetti, sia pubblici che privati.

SECS P 07 – Programmazione e controllo

Il corso sviluppa le più importanti tematiche della contabilità direzionale inserite nel contesto evolutivo degli strumenti per le decisioni e il controllo. In particolare si affronta la disamina dei costi (terminologia, concetti e classificazione, sistemi di calcolo) e la relazione costi – volumi – profitti.

SECS P 11 Fabbisogni finanziari e copertura

Il corso affronta le principali tematiche del finanziamento dell'attività d'impresa. Si prende in esame il problema della determinazione del fabbisogno finanziario, assieme alle principali operazioni di finanziamento bancario e basate sull'emissione diretta di strumenti finanziari.

IUS 04 Diritto industriale e della concorrenza

Si forniscono le nozioni fondamentali per la conoscenza e la comprensione dei principi che regolano il sistema della proprietà industriale (marchio, brevetti, modelli e disegni) e della disciplina di tutela della concorrenza (diritto antitrust), sia a livello interno che internazionale.

IUS 04 Diritto della proprietà intellettuale

Il corso fornisce i concetti giuridici fondamentali regolanti il sistema della proprietà intellettuale, con particolare riferimento all'acquisto, alla tutela ed alla negoziazione del diritto d'autore (interessi, nascita ed evoluzione, contenuto, diritti connessi, negoziazione).

INF 01 Comunicazione on line, reti e virtualità

Si affronta lo studio delle tecnologie informatiche di rete, in particolare quelle rilevanti nell'ambito del turismo. Vengono trattati i più diffusi dispositivi e protocolli di rete, elementi di teoria dell'informazione, nonché gli elementi di progettazione di pagine e siti web, anche interattivi e collaborativi.

INF 01 Informatica per il commercio elettronico

Si affronta lo studio delle tecnologie informatiche di rete, particolare quelle rilevanti nell'ambito del commercio elettronico. Vengono esposti fondamenti di crittografia e di sicurezza informatica, nonché elementi di teoria dei giochi (negoziazioni). Viene inoltre previsto un laboratorio di commercio elettronico.

SECS P08 Gestione strategica delle imprese turistiche e culturali

Comprende lo studio dei processi decisionali strategici – missione, scelta del business, strategie complessive - nonché dei processi operativi, degli strumenti manageriali e di controllo della performance di imprese e organizzazioni appartenenti ai settori del turismo e della cultura (imprese ricettive, agenzie di viaggi, tour operator, imprese di crociere e di trasporto aereo, ferroviario e su strada, musei, teatri, biblioteche, organizzatori di eventi culturali).

SECS P08 Marketing turistico avanzato

Comprende lo studio dei principali strumenti di promozione a disposizione dell'impresa e della località, anche in una prospettiva collettiva di marketing territoriale. Ci si occupa di come poter individuare nel territorio le risorse ed i fattori di attrattiva capaci di creare una proposta turistica; nel contempo si affrontano i principali modelli organizzativi di *governance* di una destinazione (*destination management*). Adeguato rilievo viene attribuito agli eventi come strumento per la promozione di un territorio, nonché alla loro progettazione e comunicazione.

SECS P08 Gestione Strategica per i mercati internazionali

L'insegnamento approfondisce le tematiche della gestione delle imprese nel percorso di crescita internazionale, sia in una dimensione strategica che in una dimensione operativa.

La dimensione strategica viene analizzata lungo le direttrici delle opzioni di sviluppo più opportune in relazione ai diversi sistema-Paese.

La dimensione operativa viene declinata in termini di gestione commerciale, in un approccio integrato tra vendite e marketing.

SECS P 08 - Marketing avanzato per i beni e i servizi

Il corso affronta i temi del marketing strategico ed operativo proponendo una lettura integrata tra beni e servizi. Particolare attenzione viene dedicata agli strumenti innovativi del marketing e della distribuzione (marketing relazionale, one to one, tribale, virale ...), nonché alla creazione e mantenimento di relazioni con la clientela (uso strategico delle vendite, customer relationship management, qualità e soddisfazione del cliente).

Allegato 4 – Docenti del corso di laurea in Lingue e culture per il turismo e il commercio internazionale a.a. 2008/2009 (cfr. verifica requisiti nucleo di valutazione, febbraio 2009)

Paolo Butturini	
Silvia Vernizzi	
Vania Vigolo	
Caterina Martinelli	
Renzo Miotti	
Francesca Simeoni	

ORDINAMENTO

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche	INF/01 Informatica	6	6	-
Lingue moderne	L-LIN/04 Lingua e traduzione - lingua francese L-LIN/07 Lingua e traduzione - lingua spagnola L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese L-LIN/14 Lingua e traduzione - lingua tedesca L-LIN/21 Slavistica	24	24	-
Scienze economico-giuridiche, sociali e della comunicazione	IUS/04 Diritto commerciale SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	36	36	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		

Totale Attività Caratterizzanti	66 - 66
--	----------------

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	L-ART/02 - Storia dell'arte moderna M-GGR/01 - Geografia SECS-P/11 - Economia degli intermediari finanziari SECS-P/12 - Storia economica	12	12	12

Totale Attività Affini	12 - 12
-------------------------------	----------------

Altre attività

ambito disciplinare		CFU	CFU
		min	max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		12	12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	12	12
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	6	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		18	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

Totale Altre Attività	42 - 42
------------------------------	----------------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
---	------------

Range CFU totali del corso	120 - 120
<u>Segnalazione:</u> il totale (min) di 120 crediti è pari ai crediti per il conseguimento del titolo	

CLASSE LM-38

Modern Languages for Communication and International Co-operation

ART. 3: Further education/job placement opportunities

LM-38 postgraduate programme has a professionalizing structuring. Future job opportunities for postgraduate students in Modern Languages for Tourism and Commercial Communication can be found in areas that require a comprehensive vision of international tourism and commercial phenomena, since the curriculum combines a cultural and linguistic background with a close knowledge of the geographical and cultural features of the countries of reference for the chosen languages and with good organization and management skills. The acquired knowledge will prove its importance in the manufacturing and service industry, especially when given to internationalization, in public and private corporations devoted to support such process, in public or private organizations committed to advance and develop local tourism, and in tourist firms (tour operators and networks; incoming agencies; fair, conference, and event planners) that address the international market both for leisure and corporate travel as well as in consulting activities for the internationalization process.

In particular, the LM-38 graduates will be able to:

- hold high-profile positions in the tourist, manufacturing and service industry, especially in export sections;
- rely on complex project management methodology, also in international scenarios;
- hold executive positions in national and international organizations dealing with regional protection and development of tourism;
- hold managerial positions in small and medium entrepreneurial business;
- hold executive positions in fair committees and professional group associations;
- hold managerial positions in national and international trade development organizations;
- hold executive positions in public administration and regional bodies as well as entrepreneurial organizations with regard to the planning and realization of projects for the improvement of tourist attractions and sites;
- identify the mechanisms of tourist development plans and of local advancement strategies.

According to ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica – “National Statistics Institute”) categorizations, these are the professional positions to which LM-38 graduates can aspire:

- goods and services marketing specialist;
- high-profile interpreter and translator;
- general affairs executive and technical secretary;
- purchasing and supply manager;
- sales and distribution manager;
- marketing technician;
- welcoming and accommodation facilities technician;
- exhibition and fair planner;
- conference and reception planner;
- travel agent.

Attachment 3 – Educational objectives of qualifying disciplines

First foreign language (1st & 2nd year programme)

Second foreign language (1st year programme)

L-LIN/14 FRENCH LANGUAGE AND TRANSLATION STUDIES

The discipline studies the French language with regard to its phonetic, phonological, morphological, syntactical, and lexicological structures, to the evolution of such configuration, to the history of the social usage and geo-linguistic arrangement of the language, to textual and stylistic traditions, and to theoretical and practical instances as well as to the issues regarding the language for specific purposes area.

L-LIN/12 ENGLISH LANGUAGE AND TRANSLATION STUDIES

The discipline studies the English language with regard to its phonetic, phonological, morphological, syntactical, and lexicological structures, to the evolution of such configuration, to the history of the social usage and geo-linguistic arrangement of the language, to textual and stylistic traditions, and to theoretical and practical instances as well as to the issues regarding the language for specific purposes area.

L-LIN/21 SLAVIC STUDIES

The discipline studies the Russian language with regard to its phonetic, phonological, morphological, syntactical, and lexicological structures, to the evolution of such configuration, to the history of the social usage and geo-linguistic arrangement of the language, to textual and stylistic traditions, and to theoretical and practical instances as well as to the issues regarding the language for specific purposes area.

L-LIN/07 SPANISH LANGUAGE AND TRANSLATION STUDIES

The discipline studies the Spanish language with regard to its phonetic, phonological, morphological, syntactical, and lexicological structures, to the evolution of such configuration, to the history of the social usage and geo-linguistic arrangement of the language, to textual and stylistic traditions, and to theoretical and practical instances as well as to the issues regarding the language for specific purposes area.

L-LIN/14 GERMAN LANGUAGE AND TRANSLATION STUDIES

The discipline studies the German language with regard to its phonetic, phonological, morphological, syntactical, and lexicological structures, to the evolution of such configuration, to the history of the social usage and geo-linguistic arrangement of the language, to textual and stylistic traditions, and to theoretical and practical instances as well as to the issues regarding the language for specific purposes area.

SECS-P/07 QUANTITATIVE METHODS FOR BUSINESS MANAGEMENT

The module provides economic and executive basics of the various branches of management: proprietary, economic, and financial. It also includes the study of quantitative methods for business administration in order to evaluate the economic and financial stability of managerial activities.

SECS-P/07 BALANCE SHEET ANALYSIS

The module deals with the analysis of the structure of accounting documents, with special regard to balance sheet (assets, liabilities and ownership equity) as well as to all following civil and fiscal regulations, and accounting concepts. It also includes

the analysis of the main balance sheet analysis techniques based on ratios and flows.

SECS-P/07 BUSINESS PLANNING AND FUND RAISING

It deals with the analysis of strategic and decision-making processes that lead to the launching of new business ventures. On a practical level, it involves economic and financial feasibility studies concerning both public and private initiatives and projects.

SECS-P/07 PLANNING AND INSPECTION TECHNIQUES

The module deals with the major themes of managerial accounting in the ever-changing context of decision-making and inspection proceedings. In particular it considers cost analysis (nomenclature, concepts and classification, accounting system) and the cost/volume/profit relationship.

SECS-P/11 FINANCIAL REQUIREMENTS AND COVERAGE

The module deals with the main themes of entrepreneurial financing. It also deals with the problem of determining financial requirements, as well as with the main bank financing operations and the direct issuing of financial instruments.

IUS/04 INDUSTRIAL AND COMPETITION LAW

The module offers basic notions as to the comprehension of the regulating principles of industrial property (brand, patent, model, and design) and of the protection of competition (anti trust laws) both in a national and international panorama.

IUS/04 INTELLECTUAL PROPERTY LAW

The module offers the basic legal concepts that regulate the intellectual property system, with special regard to copyright purchase, protection, and negotiation (interest, origin and evolution, contents, relevant rights, negotiation).

INF/01 ON LINE COMMUNICATION, NETWORKS, AND VIRTUALITY

The module deals with the study of network information technology, with regard to its use within tourism and travel business. It also includes the commonest and most accepted devices and network protocols, information theory basics, and elements of web design (both interactive and collaborative).

INF/01 COMPUTER SCIENCE FOR ELECTRONIC COMMERCE

The module deals with the study of network information technologies, with regard to e-commerce strategies. It includes elements of cryptography and computer security, as well as elements of game theory (negotiations). An e-commerce workshop will also be activated.

SECS-P/08 STRATEGIC MANAGEMENT OF TOURISM AND CULTURAL BUSINESS

It deals with the study of strategic decision-making processes – mission, business and overall strategies – and of operational proceedings as well as management and control instruments to be applied to the performance of tourism and cultural business (hotels and hospitality facilities, travel agencies, tour operators, cruise and aircraft liners, railway and coach services, museums, libraries, cultural event planning).

SECS-P/08 ADVANCED TOURISM MARKETING

The discipline deals with the study of the main promotion instruments for tourism business and for places of resort, also in a combined perspective of local marketing.

It aims at identifying of local resources and attractions in order to create a tourist proposal; at the same time, it is concerned with the main organizational models of resort governance (destination management). Events, as well as their planning and publishing, are likewise emphasized as promotion tools for places of resort.

SECS-P/08 STRATEGIC MANAGEMENT APPLIED TO INTERNATIONAL MARKETS

The module explores the themes of business management in the perspective of international development both in a strategic and operational dimension. The strategic aspect is analyzed through the most relevant paths of development as to the various national economic systems. The operational aspect is modulated in terms of commercial management, within a combined approach of sales and marketing.

SECS-P/08 ADVANCED MARKETING OF GOODS AND SERVICES

The module deals with the themes of strategic and operational marketing and suggests a combined analysis of goods and services. Special attention is devoted to advanced marketing and distribution tools (relational, one-to-one, tribal, viral marketing, etc.), as well as to the creation and maintenance of customer relationships (strategic sales planning, customer relationship management, customer and quality satisfaction).